

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK
SARIAYU DI WILAYAH KECAMATAN WONOSARI KLATEN**



SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

Septri Anita Rahmawati

B 100 020 096

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2006

ABSTRAKSI

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan teknologi dan kebudayaan mempengaruhi sikap dan gaya hidup seseorang khususnya masalah penampilan. Dalam kehidupan modern saat ini orang akan lebih banyak mengeluarkan waktu, tenaga dan biaya untuk menunjang penampilannya, termasuk didalamnya penampilan wajah yang sempurna, maka produk yang paling erat hubungannya dalam hal ini adalah produk kosmetik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara karakteristik konsumen yang meliputi usia, pendapatan, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan dengan atribut produk yang terdiri dari harga, merek, kemasan dan kualitas dan untuk mengetahui faktor-faktor mana yang memiliki keterkaitan yang paling erat terhadap keputusan pembelian produk sariayu.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kecamatan Wonosari Klaten. Sampel diambil sebanyak 100 orang dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Chi Square*, *Coeficient Contingency* dan *C maks*.

Berdasarkan analisis *Chi Square* dari 100 responden produk Sariayu di Kecamatan Wonosari Kabupaten Klaten dapat disimpulkan bahwa : 1) Variabel merk mempunyai keterkaitan yang signifikan dengan usia (36,972), pendapatan (16,891), pendidikan (128,466) dan pekerjaan (30,928); 2) Variabel harga mempunyai keterkaitan yang signifikan dengan pendapatan (105,606) dan pekerjaan (28,565). Sedangkan dengan usia dan pendidikan keterkaitannya tidak signifikan; 3) Variabel kemasan mempunyai keterkaitan yang signifikan dengan pendapatan (31,349), pendidikan (25,074) dan pekerjaan (38,069). Sedangkan dengan usia hubungannya tidak signifikan; 4) Variabel kualitas mempunyai keterkaitan yang signifikan dengan usia (23,737), pendapatan (16,096), pendidikan (48,300) dan pekerjaan (87,975); 5)

Hasil perbandingan *Coeficient Contingency* dan *Cmaks* dapat diketahui bahwa variabel yang mempunyai keterkaitan terkecil adalah keterkaitan antara harga dengan pendapatan dengan selisih sebesar 0,099, kemudian keterkaitan antara merk dengan pendidikan sebesar 0,116, keterkaitan antara kualitas dengan pekerjaan sebesar 0,210 dan keterkaitan antara kualitas dengan pendidikan sebesar 0,295. Dari keempat variabel yang mempunyai keterkaitan terkecil menunjukkan bahwa keterkaitan antara variabel pendapatan dan harga memiliki keterkaitan yang paling kuat, karena mempunyai selisih terkecil dibandingkan keterkaitan variabel yang lain (0,099), yang berarti variabel harga dengan pendapatan merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap konsumen dalam melakukan pembelian produk Sariayu.

Kata kunci : usia, pendapatan, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, harga, merek, kemasan dan kualitas